Le traitement des plaintes



Quand les clients vont-ils se plaindre ? Pourquoi ne se montrent-ils plus à la longue? Comment traiter les plaintes ? Quelles sont les choses à faire et à ne pas faire?

Louis Verbruggen, Frank Robeyns & Robert Van de Walle

POUR ACQUÉRIR DE nouveaux clients, aucun effort n'est superflu. Il en est tout autre lorsqu'il s'agit de clients perdus, surtout lorsque le fichier clients contient plusieurs milliers de noms. Ils disparaissent en silence sans que quiconque ne se pose de questions. La rotation des clients est pourtant le baromètre de la santé d'une entreprise et une indication de la satisfaction de la clientèle. Lorsque cet effet d'écrémage se poursuit pendant des années, il y a des conséquences négatives sur la part de marché et le potentiel client. En outre, il s'ensuit une publicité de bouche-à-oreille négative ce qui effraie les acheteurs potentiels.

Comment naissent les plaintes?

Il est important de connaître la rotation de la clientèle. Les clients peuvent ne plus se manifester pour des raisons indépendantes du fournisseur: la fin d'une activité, une faillite, un mauvais payeur ou des clients non rentables (peuvent éventuellement être traités par le biais d'un grossiste ou d'un agent). Lorsque le client prend l'initiative, c'est une conséquence de la concunence ou de plaintes. Le client n'est pas satisfait du service, du produit, de la qualité, etc. et décide de changer de fournisseur. Une plainte naît lorsque les attentes et/ou les souhaits du client ne conespondent pas aux performances promises ou attendues. Ces performances peuvent se situer au niveau du service, de la qualité, du prix, de l'assortiment de produit, etc. Une plainte est en fait, une demande d'aide: résolvez mon problème.

C'est plus grave lorsque la plainte reste cachée. Le client intenompt la relation soudainement et sans raison. Un client qui a des problèmes demande une certaine attention et veut expliquer ce qui se passe. Il est fâché et recherche une aide. Ecouter avec attention, poser des questions orientées et adopter une attitude montrant de l'intérêt pour le client sont les meilleurs moyens pour comprendre son problème et le résoudre.

Des échappatoires du genre « Monsieur Durand est en réunion» ou « Nous prendrons plus tard contact avec vous », c'est jeter de l'huile sur le feu. Le client veut une réaction immédiate et recherche la certitude. Une solution directe, qui doit être respectée, n'est pas toujours possible.

Ce que vous devez faire:

1. Confirmez la réception de la plainte dans les 24 heures par écrit.
2. Etablissez une date pour la solution.
3. Informez tous ceux qui sont concernez par la plainte.
4. Mettez un plan d'action en route: qui va faire quoi, quand et comment?

Ne remettez pas à demain ce que vous pouvez faire aujourd'hui

Le traitement de plaintes n'est pas un travail en série mais bien sur mesure. Chaque plainte doit être traitée individuellement et exige une réponse spécifique.

Le client veut:

- qu'on le croit
- recevoir une réponse rapide
- obtenir une réponse raisonnable et acceptable.

Des excuses du genre « l'ordinateur », « la téléphoniste », « le chauffeur », etc. ne sont jamais prises au sérieux.

Veillez à ce qu'un rapport accompagne chaque plainte. Ce rapport mentionne toutes les informations nécessaires et les

"Une plainte est en fait, une demande d'aide : résolvez mon problème."

actions entreprises. Une situation doit être établie hebdomadairement : plaintes entrantes, plaintes en traitement, plaintes traitées, durée minimale, moyenne et maximale du traitement, coût de la plainte, perte du chiffre d'affaires et du bénéfice. Nous devons éviter que le client ne se retrouve dans un carrousel administratif où le problème de la clientèle s'éternise. Comme les plaintes coûtent beaucoup d'argent, elles doivent être le domaine de la Direction générale qui par le biais de la communication interne sensibilise les collaborateurs et les motive pour adopter une attitude orientée client. Grâce à des faits et des chiffres, tout le monde doit être informé. Les plaintes moins importantes et simples peuvent être résolues via le téléphone ou des procédures standards afin d'assurer un temps de réaction rapide. Les collaborateurs doivent recevoir la compétence et la responsabilité pour examiner, traiter, formuler des solutions et prendre des décisions en matière de plaintes. Félicitez-les pour le travail positif et apportez leur le soutien nécessaire afin de leur permettre de travailler de manière effective et efficace. Veillez à ce que le client arrive directement auprès de la personne appropriée et ne doive pas répéter sept fois son récit.

CONSEILS

Ce que vous ne devez pas faire en traitant les plaintes

1. Rechercher des échappatoires ou ne pas prendre ses responsabilités.
   Exemple: « Notre collaborateur n'est pas là, ... est en vacances, ... est en réunion ».
2. Justification de la plainte.
   Exemple: « Cela arrive régulièrement chez nous, ... Rien n'est parfait. .. ».
3. Réagir de manière apathique
   Exemple: « Pouvez-vous retéléphoner demain, ... Nous sommes très occupés, ... Je ne sais pas ... ».
4. Etre accusateur.
   Exemple: « Avez-vous lu le mode d'emploi? ... Vous avez probablement fait une fausse manœuvre ».
5. Nier.
   Exemple: « Ce n'est pas possible, ... Cela ne se peut pas, ... Jamais chez nous ... ».
6. Céder immédiatement.
   Exemple: « Je règle la chose demain, ... Pas de problème ».
7. Discréditer sa propre entreprise.
   Exemple: « Oui, ces derniers temps, chez nous ... , De nouveaux collaborateurs ... , lis ne comprennent pas chez nous ... ».
8. Classer l'affaire. Les dossiers de plaintes doivent être sur le bureau et non pas dans les tiroirs.

CONSEILS

Ce que vous devez faire en traitant des plaintes

1. Montrez de la compréhension pour le clientlla plainte. Faites que cela apparaisse dans votre attitude et vos paroles. Emettez des signaux positifs!!! « Je vous comprends, » « Je peux me mettre à votre place », « C'est ennuyeux pour vous ».
2. Laissez le client raconter son histoire. Taisez-vous et écoutez.
   Encouragez le, par votre attitude, à tout raconter. Posez, si nécessaire, des questions orientées supplémentaires. Plus vous saurez, mieux vous pourrez traiter la plainte.
3. Répétez avec vos propres mots ce que le client a dit et résumez ensemble. De la sorte, vous manifestez de l'intérêt pour lui et vous êtes sûr de ['avoir compris.
4. Notez les informations, faits et chiffres importants. Seules des données concrètes peuvent vous aider.
5. Etablissez une date limite de résolution et confirmez la chose par écrit. Si pour une raison donnée, cet accord ne peut pas être respecté, avertissez le client. Il doit avoir le sentiment que l'on s'occupe de son problème.
6. Remerciez le client pour les informations.

50-PME266 BUSINESS -15 décembre 2007